

# **STUDI DISKRIPSTIF STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PEMKAB SUKOHARJO UNTUK MENGHASILKAN PEMBERITAAN POSITIF MELALUI MEDIA CETAK**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Program Studi Ilmu  
Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

**Oleh:**

**MUHAMMAD RIZAL AROFAT**

**L 100 110 034**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2016**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Studi Diskriptif Strategi Media Relations Humas Pemkab Sukoharjo Untuk  
Menghasilkan Pemberitaan Positif Melalui Media Cetak**

**PUBLIKASI ILMIAH**

oleh:

**Muhammad Rizal Arofat**

**L 100110034**


Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing I



**Betti Santoso, S.Sos, M. Si**  
NIK. 1276

Dosen Pembimbing II



**Dian Purworini, S.Sos, MM**  
NIK. 1102

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STUDI DISKRIPSTIF STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PEMKAB  
SUKOHARJO UNTUK MENGHASILKAN PEMBERITAAN POSITIF  
MELALUI MEDIA CETAK**

**OLEH**

**MUHAMMAD RIZAL AROFAT**

**L 100 110 034**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Informatika  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada hari Senin, 8 Agustus 2016  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Dewan Penguji:**

- 1. Budi Santoso, S.Sos, M.Si**  
**(Ketua Dewan Penguji)**
- 2. Dian Purworini. S.Sos, MM.**  
**(Anggota I Dewan Penguji)**
- 3. Agus Triyono, S.Sos, M.Si**  
**(Anggota II Dewan Penguji)**

(.....)  
(.....)  
(.....)

**Dekan,**

  
**Husni Thamrin, Ph.D**  
**NIK. 706**

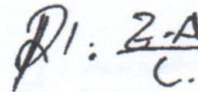
## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 26 Juli 2016

Penulis



**MUHAMMAD RIZAL AROFAT**

**L 100 110 034**

Originality

GradeMark

PeerMark

STUDI

BY MUHAMMAD RIZAL

turnitin

8%  
SIMILARSTUDI DISKRIPSTIF STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PEMKAB SUK  
MENGHASILKAN PEMBERITAAN POSITIF MELALUI MEDIA C

MUHAMMAD RIZAL AROFAT

Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta

## Abstrak

Memiliki peran sebagai sumber informasi mengenai kebijakan pemerintah daerah hum media massa guna menyampaikan informasi kepada masyarakat. Menjalkan i merupakan upaya guna tercapainya publikasi yang maksimal bagi humas. Melalui (2) dap wartawan merupakan hal yang perlu humas jalankan untuk tercapainya i (3) dan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dijalankan Hum Media Massa Pemkab Sukoharjo (5) dalam menjalankan media relations guna mendapat positif melalui media cetak. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Des menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman. Data diperoleh dari hasil wawancara dengan 2 Humas Pemkab Sukoharjo dan 3 responden dari wartawan cetak y Pemkab Sukoharjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Pemkab Suk melakukan komunikasi dengan wartawan melalui pendekatan personal, memben akses informasi mengenai Pemkab, dan menyediakan fasilitas – fasilitas yang waat terkait pemberitaan. Melalui pendekatan ini sebanyak 80% hasil publikasi humas a media cetak lokal di Sukoharjo.

Kata Kunci: Public Relations, Media Relations, Wartawan, Pemberitaan Positif.

## Abstracts

Has a role as a source of information on local government policies, public relations ie media to convey information to the public. Running media relation is an after maximum publicity for PR. PR needs to approach the journalists to achieve media purpose of this research is to know strategy done by PR, mass media sub domain regency to get positive news through printed media. This research uses descrip method by using Miles and Huberman analytical technique. Data obtained from respondent from PR Sukoharjo (2) gency and 3 respondent from printed media journa in the Sukoharjo regency. (5) result of this research show that PR of Sukc successfully communicate with reporters through a personalized approach, providing information on the district government, and provide facilities needed related to news this approach, 80% publication publicist able to fill local printed media in Sukoharjo d

Keyword : Public Relations, Media Relations, Journalists, PR

## 1. PENDAHULUAN

Memiliki peran sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah pusat dengan masyarakat daerah perlu membangun komunikasi yang baik dan kondusif demi menjaga reputasi dan cit pemerintah. Dalam proses komunikasi tersebut humas menggunakan media massa sebag dalam menyampaikan informasinya kepada public. Melakukan hubungan dengan media m dalam pencapaian publikasi secara maksimal, terkait informasi dan pemerintah pusat dalam pengetahuan dan pemahaman positif dinata masyarakat.

Menyeleenggarakan publikitas dengan media massa dapat dilakukan humas pemerintah me media massa dan wartawan. Melakukan kerjasama serta menjalin hubungan baik dengan penggel

## Match Overview

1	marcomm.binus.ac.id Internet source	1%
2	eprints.ums.ac.id Internet source	1%
3	www.instituteforpr.org Internet source	1%
4	thesis.binus.ac.id Internet source	1%
5	Submitted to Universit... Student paper	1%
6	kabpamekasan.jdi.h.jati... Internet source	1%
7	www.prlamjournal.org Internet source	<1%
8	www.journaljdr.com Internet source	<1%
9	www.scribd.com Internet source	<1%
10	Submitted to Bath Spa... Student paper	<1%
11	jurnal.untan.ac.id Internet source	<1%



# **STUDI DISKRIPITIF STRATEGI MEDIA RELATIONS HUMAS PEMKAB SUKOHARJO UNTUK MENGHASILKAN PEMBERITAAN POSITIF MELALUI MEDIA CETAK**

## **Abstrak**

Memiliki peran sebagai sumber informasi mengenai kebijakan pemerintah daerah humas memerlukan media massa guna menyampaikan informasi kepada masyarakat. Menjalankan media relations merupakan upaya guna tercapainya publikasi yang maksimal bagi humas. Melakukan pendekatan terhadap wartawan merupakan hal yang perlu humas jalankan untuk tercapainya media relations. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dijalankan Humas Sub Bagian Media Massa Pemkab Sukoharjo dalam menjalankan media relations guna mendapatkan pemberitaan positif melalui media cetak. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dengan menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman. Data diperoleh dari hasil wawancara dengan 3 responden dari Humas Pemkab Sukoharjo dan 3 responden dari wartawan cetak yang bertugas di Pemkab Sukoharjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Pemkab Sukoharjo berhasil melakukan komunikasi dengan wartawan melalui pendekatan personal, memberikan kemudahan akses informasi mengenai pemkab, dan menyediakan fasilitas – fasilitas yang wartawan butuhkan terkait pemberitaan. Melalui pendekatan ini sebanyak 80% hasil publikasi humas mampu mengisi media cetak lokal di Sukoharjo.

**Kata Kunci:** Public Relations, Media Relations, Wartawan, Pemberitaan Positif. Kata Kunci: artikel, gaya selingkung, penulisan ilmiah, template.

## **Abstract**

Has a role as a source of information on local government policies, public relations requires the mass media to convey information to the public. Running media relation is an attempt to achieve maximum publicity for PR. PR needs to approach the journalists to achieve media relations. The purpose of this research is to know strategy done by PR, mass media sub division of Sukoharjo regency to get positive news through printed media. This research uses descriptive qualitative method by using Miles and Huberman analytical technique. Data obtained from interview to 3 respondent from PR Sukoharjo regency and 3 respondent from printed media journalist who served in the Sukoharjo regency. The result of this research show that PR of Sukoharjo Regency successfully communicate with reporters through a personalized approach, providing easy access to information on the district government, and provide facilities needed related to news reporters. With this approach, 80% publication publicist able to fill local printed media in Sukoharjo district.

**Keywords:** Public Relations, Media Relations, Journalists, Positive News

## 1. PENDAHULUAN

Memiliki peran sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah pusat dengan masyarakat, humas pemerintah daerah perlu membangun komunikasi yang baik dan kondusif demi menjaga reputasi dan citra positif bagi instansi pemerintahan. Dalam proses komunikasi tersebut humas menggunakan media massa sebagai saluran komunikasi dalam menyampaikan informasinya kepada public. Melakukan hubungan dengan media massa merupakan upaya dalam pencapaian publikasi secara maksimal, terkait informasi dari pemerintah pusat dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan pemahaman positif dimata masyarakat.

Menyelenggarakan publisitas dengan media massa dapat dilakukan humas pemerintah melalui kerjasama dengan media massa dan wartawan. Melakukan kerjasama serta menjalin hubungan baik dengan pengelola media massa cetak, elektronik atau media massa online disebut dengan Media Relations, (Soemerat & Ardianto, 2004). Menjalankan strategi media relations untuk menghasilkan hubungan yang harmonis merupakan hal yang sangat penting bagi humas. Keberhasilan humas dalam menjalankan media relations yang baik akan berdampak kepada mudahnya menyampaikan publikasi kepada masyarakat.

Hasil dari penulisan informasi yang humas buat banyak yang tidak masuk ke dalam media massa, faktanya sebanyak 90 persen hasil penulisan publikasi yang berasal dari humas tidak pernah digunakan media massa untuk mengisi media massa (Supa & Zoch, 2009). Banyak hal yang menjadikan publikasi humas tidak mampu tembus ke media massa, minimnya pendidikan humas terkait penulisan jurnalistik menjadi salah satu penyebab gagalnya publikasi humas masuk ke media massa. Darmastuti (2012) menyatakan adanya sebuah hubungan yang tidak baik antara humas dengan media massa juga mampu mempengaruhi diterima atau ditolaknya publikasi yang humas kirimkan.

Humas Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Sukoharjo bertugas dalam menyajikan informasi dan dokumentasi kegiatan yang berkaitan dengan penyampaian berita di lingkungan Pemkab Sukoharjo baik meliputi mendokumentasi, protokoler serta pemberitaan di media massa. Menjalankan perannya sebagai jendela informasi bagi masyarakat Sukoharjo dan sekitarnya, humas Pemkab Sukoharjo menggunakan media massa sebagai sarana mempermudah penyampaian informasi dan memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi.

Didalam tupoksi humas Pemkab Sukoharjo pada Pedoman Peraturan Kelembagaan Kabupaten Sukoharjo tentang Kantor Humas Infokom tahun Pasal 38 Tahun 2005, mengenai tugas humas sub bagian Pemberitaan Media Massa, menjelaskan bahwa humas memiliki dua peranan dalam menjalin hubungan dengan media massa. Peran pertama humas memberikan bahan untuk memberikan

pelayanan pemberitaan tentang kebijakan pemerintah daerah menggunakan media massa, sedangkan dalam peran kedua humas memberikan pelayanan tentang kebijakan pemerintah daerah dengan membina hubungan kerja dengan kalangan pers. Selain itu didalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Indonesia No. 55 Tahun 2011, menjelaskan bahwa, humas merupakan sumber informasi dari instansi pemerintah mengenai kebijakan public, penggunaan media massa sebagai saluran komunikasi guna penyampaian publikasi secara maksimal dalam rangka meningkatkan pemahaman dan pengetahuan yang positif bagi khalayak.

Humas Pemkab Sukoharjo merupakan salah satu humas instansi pemerintahan yang mampu mengelola hubungan media relations yang baik dengan media massa. Keberhasilan humas mengelola informasi lewat pendekatan dengan media massa ini mampu meminimalisir terciptanya pemberitaan negative di media cetak.

Pada tahun 2014 humas pernah mengalami sebuah masalah terkait adanya wartawan bodrek yang menjadikan renggangnya hubungan Pejabat SKPD dengan wartawan. Hal ini merupakan permasalahan yang serius, adanya pejabat SKPD yang tidak ingin ditemui oleh wartawan akan menjadikan pemberian informasi kepada public akan terhambat. Menghadapi hal tersebut humas mengundang wartawan dalam konfrensi pers guna mengkonfirmasi permasalahan tersebut, lebih lanjut diadakan jamuan makan bersama antara wartawan dan Pejabat SKPD terkait agar permasalahan tersebut segera terselesaikan. Pada akhirnya permasalahan tersebut mampu terselesaikan lewat peran humas sebagai mediator bagi SKPD dengan pihak media massa (Sulistiyani, 2015).

Pada tanggal 18 juli 2014 Pemkab sukoharjo mengadakan acara amal di rumah dinas bupati sukoharjo yang diikuti oleh ibu – biu dan manula, didalam acara tersebut terjadi sebuah insiden dimana banyaknya peserta yang berdesak – desakan berebut bingkisan dari bupati yang mengakibatkan sejumlah manula dan ibu – ibu terluka. Ada beberapa wartawan yang ikut melakukan peliputan dalam acara tersebut namun insiden tersebut tidak diberitakan dimedia massa.

Pada upacara bendera memperingati HUT RI ke 70 sempat terjadi sebuah insiden dimana bendera upacara yang akan dikibarkan “mlintir”. Terkait hal ini disalah satu media massa cetak Solopos memberitakan didalam korannya yang terbit di tanggal 17 Agustus 2015 adanya kekecewaan warga terkait insiden tersebut menurut warga tersebut kesakralan upacara bendera terbodai oleh insiden tersebut. “Sayang, kesakralan upacaranya ternodai insiden itu...” Namun di hari berikutnya pada tanggal 18 Agustus 2015 di Koran solopos adanya pembenaran berita, “Insiden ini sempat mengagetkan peserta upacara. Namun, tak berlangsung lama kesalahan itu langsung diperbaiki petugas.” Terkait insiden tersebut peneliti sempat menanyakan kepada Kepala Bagian Humas Media



Massa Muh.Ngadenan, menurutnya “Sebenarnya faktanya memang seperti itu, tapi kita usahakan bahasanya sedikit diperhalus. Karna hal itu juga mempengaruhi emosional atau mental dari si anak.”

Mengetahui keberhasilan humas dalam menjalankan peranannya sebagai jembatan dan pengelola informasi bagi wartawan, peneliti tertarik meneliti strategi yang dijalankan humas dalam melakukan pendekatan dengan wartawan. Menurut Christie Maria B.F.L (2013) terjalannya media relations yang harmonis merupakan feedback yang wartawan berikan kepada humas, adanya feedback dari wartawan merupakan keberhasilan dari rangsangan yang diberikan humas kepada wartawan lebih awal. Berdasarkan hal tersebut, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi media relations yang dijalankan Humas Pemkab Sukoharjo dalam melakukan pendekatan dengan wartawan, sehingga humas mampu melakukan publikasi positif melalui media massa.

Berdasarkan tujuan dan latar belakang tersebut rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, Bagaimana strategi Humas Sub Bagian Media Massa Pemkab Sukoharjo dalam menjalankan media relations guna mendapatkan pemberitaan positif melalui media cetak?

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kajian teori komunikasi dua arah, Public Relations dan Media relations. Untuk lebih jelasnya kajian teori dijelaskan sebagai berikut:

a. Komunikasi Dua Arah

Dalam teori komunikasi excellence public relations menurut Grunig terdapat dua model komunikasi dua arah yang digunakan humas dalam berkomunikasi dengan media (Darmastuti, 2012). Dua model komunikasi ini berupa :

1. Model komunikasi Two Way Asymmetric

Model komunikasi Two Way Asymmetric, komunikasi dua arah yang dijalin praktisi public relations dengan media massa memiliki tujuan memberikan persuasi yang bersifat keilmuan. Praktisi public relations membangun pemikiran kelogisan khalayak melalui pengetahuan dari teori ilmu sosial dan penelitian tentang sikap dan perilaku guna menerima sudut pandang public relations tentang organisasinya.

2. Model komunikasi Two Way Symmetric

Komunikasi dua arah yang dijalin public relations dengan media massa memiliki tujuan untuk membentuk keadaan yang saling memahami antara kedua belah pihak. Hubungan yang saling mendukung dan saling menguntungkan untuk mendukung pekerjaan masing – masing, public relations berusaha memahami pekerjaan institusi media dan wartawan serta melayani dan memahami kebutuhan mereka. Sebaliknya instansi media dan wartawan juga berusaha untuk memahami dan melayani kebutuhan public relations.

Menurut Darmastuti (2012) terdapat model hubungan komunikasi yang dijalankan oleh Humas, pertama model hubungan Humas dengan Institusi Media Massa dan Hubungan antara Humas dengan pekerja media massa atau Wartawan, penjelasan lebih lanjut sebagai berikut:

1. Model hubungan humas dengan institusi media massa

Model hubungan antara humas dengan media massa merupakan model hubungan bisnis. Model hubungan ini lebih dikenal sebagai hubungan antara dua makhluk hidup yang hidup bersama, tanpa merugikan satu sama lain, namun tidak seimbang. Sebagai gambaran mengenai hubungan ini adalah, humas memasang iklan di media massa, dan media massa memuat berita yang humas kirimkan, ketidak seimbangan dalam hubungan ini adalah media massa cenderung mengharapkan keaktifan humas dalam mensuplai berita dan memasang iklan dimedianya disisilain media massa tidak memiliki timbal balik dari hubungan ini.

2. Model hubungan humas dengan pekerja media massa atau wartawan

Model hubungan humas dengan wartawan merupakan sebuah hubungan informal pertemanan atau sebuah hubungan persahabatan yang saling menguntungkan dan tidak ada jarak antara wartawan dengan humas, sebuah hubungan mutualisme dimana antara kedua belah pihak saling mempercayai saling membantu.

- b. Public Relations

Public relations mampu didefinisikan sebagai sebuah strategi komunikasi dalam menyediakan dan menunjang sebuah hubungan antara organisasi yang ditempatinya dengan organisasi lain, seorang public relations juga memiliki peran sebagai pembawa dan penerjemah informasi dari organisasi bagi publiknya (Langett & College, 2013). Pendefinisian Public Relations dengan HUMAS (Hubungan Masyarakat) memiliki makna yang sama, didalam kamus bahasa inggris arti kata Humas memiliki arti Public Relations. Namun dalam profesi penggunaan sebutan Humas lebih dikaitkan sebagi juru bicara dari sebuah instansi pemerintahan seperti pemerintah Kota, Kabupaten, departemen kepolisian dan instansi pemerintahan lainnya (Mccollough, 2015).

Pada Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Indonesia No.55 Tahun 2011 menjelaskan, humas memiliki fungsi sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat humas pemerintah senantiasa dituntut untuk mampu membangun suasana yang kondusif dengan publiknya melalui komunikasi yang baik. Lebih lanjut di dalam Pedoman Peraturan Kelembagaan Kabupaten Sukoharjo tentang Kantor Humas Inforkom tahun 2005 menjalankan, tugas dan fungsi hubungan masyarakat memiliki tugas, menjadi juru bicara pemerintah daerah dan sebagai penghubung dengan masyarakat dalam hal penyampaian dan penyaringan informasi, pemberitaan, publikasi, dokumentasi dan protokol. Humas pemerintah memiliki peran

ganda sebagai pengelola informasi mengenai citra pimpinan instansi dan juga mengenai reputasi instansi tersebut (Mccollough, 2015)

### c. Media Relations

Ardiyanto (2011a) menjelaskan media relations merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan humas dalam guna mendapatkan publikasi yang berupa bentuk pengetahuan dan pemahaman informasi yang disampaikan melalui media massa. Media relations mampu terlaksana dengan menciptakan dan mengelola sebuah hubungan yang harmonis dengan media massa (Iriantara & Surachman, 2011). Menjalankan media relations sangat penting dilakukan humas hal ini terkait tugas dasar humas memiliki tanggung jawab dalam menjalankan sebuah strategi komunikasi yang efektif bagi organisasi yang dimilikinya (Langett & College, 2013).

Tujuan diadakannya media relations adalah untuk menciptakan perencanaan yang sistematis melalui hubungan yang saling menguntungkan antara humas dengan wartawan. Bagi wartawan keberadaan humas sangatlah penting bagi mereka, humas memiliki peran sebagai sumber informasi yang kredibel bagi wartawan (Supa, 2014). Informasi yang disampaikan humas merupakan informasi yang berasal dari organisasi yang sudah dikemas berdasarkan sudut pandang humas, menggunakan media massa sebagai media publikasi akan memberikan keuntungan lebih bagi humas seperti lebih efisien dan menghemat anggaran organisasi (Supa & Zoch, 2009).

Dalam penelitian ini juga menggunakan penelitian terdahulu sebagai acuan dan sebagai pembanding. Beberapa penelitian terdahulu ini seperti:

Penelitian mengenai media relations di Pemkab Sukoharjo juga pernah dilakukan oleh mahasiswa UMS pada tahun 2015. Penelitian yang dilakukan Poppy Nueke Sulistyani dengan judul Peranan Humas dalam Membina Hubungan antara Pemkab dengan media (studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Peran Humas Setda Kabupaten Sukoharjo dalam Membina Hubungan antara SKPD dengan Media Guna Mendapatkan Citra Positif tahun 2013 – 2014). Fokus pada penelitian ini mengenai peran yang dilakukan humas dalam membina hubungan baik antara SKPD dengan media massa yang ada di Pemkab Sukoharjo yang sebelumnya sempat renggang dikarenakan adanya wartawan bodrek. Hasil dari penelitian ini adalah, didasarkan pada TUPOKSI humas memiliki peran sebagai jembatan komunikasi, upaya yang dijalankan humas mengenai permasalahan wartawan bodrek humas mengundang wartawan dalam acara konferensi pers dalam acara tersebut humas melakukan klarifikasi mengenai masalah terkait. Diadakan jamuan makan bersama dengan mempertemukan pejabat SKPD terkait masalah yang bersangkutan dengan pihak media massa, dan untuk meminimalis terjadinya

kasus serupa humas mendata semua wartawan dari media massa yang bertugas di Pemkab Sukoharjo (Sulistiyani, 2015).

Terdapat penelitian lain terkait humas dengan wartawan, dalam penelitian yang dilakukan oleh Dustin W. Supa dan Lynn M. Zoch dengan judul penelitian: *Maximizing Media Relations Through a Better Understanding of the Public Relations-Journalist Relationship: A Quantitative Analysis of Changes Over the Past 23 years*. Fokus dalam penelitian ini adalah untuk lebih memahami praktek media relations yang dilakukan humas dengan media massa dari sudut pandang kedua belah pihak. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam untuk mengukur persepsi hubungan antara jurnalis dengan public relations di negara bagian Florida. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat perubahan dalam hubungan antara praktisi public relations dengan wartawan dalam kurun waktu 17 tahun terakhir. Dalam penelitian ini ditemukan temuan bahwa adanya rasa ketidakpercayaan atau *skeptisisme* antara humas dengan wartawan disebabkan karena tindakan humas yang kurang sesuai dengan yang wartawan harapkan. Dalam rangka menjalankan media relations yang efektif humas berkomitmen untuk memberikan informasi yang sesuai dengan wartawan butuhkan, menjadi lebih terbuka, jujur dan tanggap, (Supa & Zoch, 2009).

Sedangkan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Jeremy Langett dan Lynchburg College, dengan judul penelitian *Meeting the media: Toward an interpersonal relationship theory between the public relations practitioner and the journalist*. Fokus dalam penelitian ini adalah wacana komunikasi interpersonal yang dilakukan humas untuk memfasilitasi hubungan media relations dengan wartawan. Hasil dari penelitian ini adalah hubungan interpersonal humas dengan wartawan didasarkan pada profesionalisme, integritas dan hubungan kesopanan, hal ini berbeda dengan hubungan didasarkan kepada emosional. Hubungan interpersonal ini memiliki tujuan kerja untuk menghasilkan konten media yang layak disampaikan kepada khalayak (Langett & College, 2013).

## **2. METODE**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian Kualitatif Deskriptif. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena menggunakan pendekatan kualitatif mampu menjelaskan fenomena sedalam – dalamnya melalui pengumpulan data secara mendalam (Kriyantono, 2006). Melalui pendekatan kualitatif pula isi penelitian lebih ditekankan pada kedalaman data bukan seberapa banyak data. Melalui pendekatan ini peneliti berusaha untuk memberikan gambaran mengenai fenomena terkait secara *Sistematis, Faktual dan Aktual* mengenai fakta – fakta dan sifat – sifat objek diteliti. Melalui penelitian deskriptif peneliti akan mampu memberikan gambaran secara realitas mengenai apa yang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer yang penulis dapatkan dalam penelitian ini diperoleh dalam melakukan wawancara mendalam (depth interview). Menurut Kriyantono (2006) peneliti melakukan wawancara secara langsung bertatap muka dengan responden, menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tanpa menggunakan pedoman. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari buku, jurnal, atau materi – materi dalam bentuk tulisan yang sesuai dengan tujuan dari penelitian (Kriyantono, 2006). Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan peneliti berupa studi kepustakaan, mempelajari serta mengutip dari sejumlah buku atau jurnal serta menggunakan beberapa sumber lain seperti situs website atau blog dari Pemkab Sukoharjo.

Sampel atau responden dalam penelitian ini adalah Humas Media Massa Pemkab Sukoharjo sebagai informan utama, terdiri dari Kepala Humas Pemkab Sukoharjo (*Joko Nurhadiyanto*), Kepala Sub Bagian Humas Media Massa (*Muh Ngadenan*) dan Staf Humas Bagian Media Massa (*Nugroho Adi*). Sedangkan informan yang lain adalah para wartawan yang bertugas meliput berita di humas Pemkab Sukoharjo, terdiri dari wartawan koran Sindo (*Sumarno*), wartawan Joglo Semar (*Sofarudin*) dan wartawan Jawa Pos, Radar Solo (*Ryanto*).

Teknik analisis data dalam penelitian ini berupa analisis deskriptif kualitatif dengan model Miles dan Huberman. Terdapat tiga tahapan dalam teknik analisis Miles dan Huberman yaitu,

- a. Reduksi Data, Dalam hal ini hasil dari data wawancara, observasi dan dokumentasi akan diubah dalam bentuk tulisan yang selanjutnya diseragamkan (dikategorikan) sehingga akan memudahkan dalam menganalisis.
- b. Display/Model Data, model diistilahkan sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan penggambaran kesimpulan serta pengambilan tindakan. Bentuk yang paling banyak digunakan dari model data kualitatif selama ini berupa *teks naratif*.
- c. Penarikan/Verifikasi Kesimpulan, diawali dari pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola – pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab – akibat, serta proporsi – proporsi (Ardiyanto, 2011b).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **a. Pentingnya Media Relations**

Strategi media relations merupakan hal yang vital bagi Humas Pemkab Sukoharjo, tidak menjalin hubungan dengan media massa pelaksanaan publikasi dan penyampaian informasi akan kebijakan dari Pemkab kepada masyarakat tidak dapat tersampaikan secara maksimal. Keberhasilan dalam menjalin media relations dengan baik akan memberikan dampak mudahnya publikasi humas diterima media massa.

Menurut Humas Pemkab Sukoharjo keberadaan media massa sangatlah penting bagi keberhasilan publikasi, melalui media massa informasi yang berasal dari humas mampu disampaikan secara maksimal, selain itu adanya media massa mampu membangun citra positif dari Pemkab Sukoharjo. Lebih lanjut menurut Humas Pemkab Sukoharjo melalui media massa citra positif mengenai Pemkab mampu dibentuk.

“Media mampu memaksimalkan pemberitaan humas, mampu membantu membangun citra Pemkab”  
Nurdiyanto, J. (2015, 15 Desember). wawancara pribadi.

Pada Pedoman Peraturan Kelembagaan Kabupaten Sukoharjo tentang Kantor Humas Infokom tahun 2005, menjalankan media relations dengan media massa ataupun dengan wartawan merupakan upaya wajib dilakukan humas Pemkab Sukoharjo dalam pencapaian publikasi secara maksimal, hal ini dilakukan dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan pemahaman positif bagi masyarakat luas. Penyampaian informasi melalui brosure, radio atau televisi yang berasal dari pemerintahan tidak akan mampu mengalahkan kemampuan media massa swasta dalam pemaksimalan informasi (M.Cutlip, H. Center, & M.Broom, 2005). Informasi yang disampaikan melalui media massa pemerintahan cenderung bersifat formal, berbeda dengan informasi yang disampaikan media massa swasta yang lebih menarik bagi masyarakat.

Menjalankan perannya sebagai pensuplai informasi bagi Pemkab Sukoharjo humas memiliki peran ganda dalam menjaga citra positif, pertama ia berusaha menjaga citra positif dari Bupati Sukoharjo yang kedua ia berusaha menjaga citra dari Instansi Pemkab Sukoharjo (Mccollough, 2015).

“Setidaknya humas kan pintu terdepan dari pemma, istilahnya baik buruknya penilaian masyarakat kepada pemerintah digambarkan dari itu,” Ngadenan. (2015, 15 Desember). Wawancara pribadi.

Banyaknya program – program dan agenda Bupati Sukoharjo yang diberitakan di media massa akan menimbulkan rasa simpati dan percaya bagi masyarakat, munculnya rasa simpati ini akan menjadikan masyarakat percaya akan pemerintahan Pemkab dan pada akhirnya citra positif dari Bupati Sukoharjo dan Instansi Pemkab Sukoharjo mampu terbentuk.

Dibalik pentingnya media massa dalam publikasi humas terdapat kendala dimana humas kesulitan dalam menyampaikan informasinya kepada media massa. Menurut Humas Pemkab Sukoharjo terdapatnya perbedaan pandangan seperti, adanya pedoman pemberitaan *Bad News Is Good News* bagi wartawan, yang mana wartawan lebih suka mencari pemberitaan yang bersifat negative dibandingkan positif. Terdapatnya perbedaan cara peliputan data dari wartawan dan humas, dari sisi wartawan liputan merupakan mencari data yang bernilai jurnalistik sedangkan bagi humas data liputan merupakan hasil dokumentasi kegiatan.

“Kendala, sebenarnya kita itu berseberangan sebenarnya, ada istilah *bad news good news* kita kan pencitraan, kita harus bupati itu kalau bisa selalu baik, pemerintah selalu dianggap baik tapi kan tetap

berseberangan, makannya kita kan tidak bisa berharap semuanya baik terus, tapi sesuatu yang berimbang pemberitaannya” Adi,N. (2015, 15 Desember). Wawancara pribadi.

Dalam mendapatkan berita wartawan memiliki pedoman “Bad News Is Good News”, dimana wartawan lebih menyukai pemberitaan negative atau pemberitaan kontroversi mengenai instansi terkait (Kaur & Shaari, 2006). Pemberitaan yang mengandung kontroversi lebih diminati oleh masyarakat dibandingkan pemberitaan biasa, hal ini lah yang menjadikan wartawan lebih menyukai pemberitaan negative. Sedangkan dalam pandangan humas, sebuah informasi yang disampaikan kepada masyarakat adalah sebuah informasi yang positif, sebuah informasi yang berimbang antara fakta dan opini bukan sebuah berita yang berbau kontroversi.

“Kendala, sebenarnya kita itu berseberangan sebenarnya, ada istilah bad news good news kita kan pencitraan, kita harus bupati itu kalau bisa selalu baik, pemerintah selalu dianggap baik tapi kan tetap berseberangan, makannya kita kan tidak bisa berharap semuanya baik terus, tapi sesuatu yang berimbang pemberitaannya” Adi,N. (2015, 28 Desember). Wawancara pribadi.

Menurut humas terdapatnya perbedaan pandangan mengenai pemberitaan ini menjadi masalah utama, pemberitaan yang diberitakan media massa tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya. Selain itu banyak wartawan yang sudah datang didalam kegiatan yang diadakan oleh Pemkab namun berita mengenai kegiatan tersebut tidak ditayangkan di media massa.

“Kadang – kadang antara fakta dengan hasil itu *mletho* (tidak sesuai). Saya susahny juga gitu wartawan yang datang banyak tapi kok nggak masuk di Koran” Ngadenan. (2015, Desember). Wawancara pribadi.

Dalam penelitian yang dilakukan Supa & Zoch, hampi sebanyak 90 persen publikasi yang dikirimkan humas kepada media massa selalu tidak diterbitkan. Alasan wartawan menolak publikasi dari humas adalah kurangnya pendidikan humas mengenai penulisan berita, banyak berita yang dikirimkan humas tidak layak untuk diberitakan (Supa & Zoch, 2009). Menurut Sinaga (2005) menjelaskan bahwa, nilai didalam sebuah berita merupakan aspek penting didalam praktek jurnalistik, nilai berita yang ada di publikasi humas akan digunakan wartawan dalam 5 aspek pemberitaan. Informasi dari humas akan digunakan untuk menghasilkan ide berita, untuk judul berita, untuk digunakan sebagai latar belakang, digunakan sebagai bagian utama berita dan digunakan untuk halaman program spesial.

Lebih lanjut sebuah publikasi humas mampu masuk kedalam media juga dipengaruhi oleh hubungan yang dijalin humas dengan media massa terkait, baik atau buruknya hubungan mampu mempengaruhi isi berita di media massa. Adanya perlakuan tidak baik dengan media massa mampu menimbulkan ketidak akuratan sebuah berita mengenai kegiatan humas yang disiarkan di media massa (Soemerat & Ardianto, 2004).

## **b. Wartawan Membutuhkan Humas**

Adanya media relations memberikan kemudahan dalam kerja wartawan untuk mengumpulkan informasi yang berada didalam Pemkab. Semua informasi yang berkaitan dengan kegiatan dan agenda didalam Pemkab Sukoharjo yang mengetahui adalah humas, dengan kata lain ketika wartawan tidak memiliki hubungan baik dengan humas mereka tidak mengetahui informasi mengenai Pemkab. Selain itu instansi pemerintah yang berada di Sukoharjo tidak berada dalam satu tempat, keterbatasan jumlah wartawan juga menjadi kendala wartawan untuk mengcover semua instansi yang berada di Sukoharjo.

“Memudahkan mendapatkan informasi kegiatan – kegiatan Pemkab, informasi – informasi dari skpd terbawah sampai Bupati” Ryanto. (2015, 21 Desember). Wawancara pribadi.

Hal senada juga diungkapkan oleh Sofarudin selaku wartawan Joglo Semarang,

“Kita tidak mungkin mengcover satu persatu instansi dipemerintah daerah ...kalau tidak menjalin hubungan dengan humas, ya sama saja kita tidak tahu informasi apa – apa dengan hubungan kegiatan pemerintah daerah” Sofarudin (2015, 21 Desember). Wawancara pribadi.

Melalui kegiatan media relations humas memiliki peran sebagai Pra Reporter bagi wartawan, humas menyediakan berbagai informasi yang wartawan butuhkan. Pada saat Pemkab akan mengadakan kegiatan humas selalu memberikan informasi kepada wartawan seperti memberikan gambaran kegiatan atau jadwal pelaksanaan kegiatan tersebut. Jika pada saat kegiatan berlangsung wartawan tidak datang humas akan mengirimkan informasi mengenai jalannya kegiatan kepada wartawan dalam bentuk pers release.

“Missal kita mengadakan kegiatan kita kasih info, kita mengadakan hari ini kita kasih info, terus kita kasih berita lewat pers release” Adi,N. (2015, 15 Desember). Wawancara pribadi.

Terdapat kendala lain bagi wartawan dalam mendapatkan informasi dari narasumber yang berada didalam Pemkab, dalam hasil survei Kriyantono hampir 80 persen wartawan kesulitan dalam mendapatkan akses melakukan wawancara dengan Pejabat tingkat tinggi (Syahri, Kriyantono, & Nasution, 2015). Dengan adanya praktisi humas, wartawan akan diberikan kemudahan dalam mendapatkan akses informasi untuk terhubung dengan para Pejabat pemerintahan, selain itu humas juga memberikan support informasi yang wartawan butuhkan (Syahri et al., 2015).

“Humas nanti menginformasikan ke seluruh SKPD bahwasanya ada wartawan ini, sehingga aksesnya untuk menembus skpd mencari narasumber untuk berita itu lebih mudah”. Sumarno. (2015, 21 Desember). Wawancara pribadi.

## **c. Faktor Pendukung Media Relations**

Dalam menjalankan kegiatan media relations humas memiliki anggaran yang berasal APBD yang ditujukan untuk melakukan hubungan kerja sama dengan media massa terkait penyebaran informasi. Pada Pedoman Peraturan Kelembagaan Kabupaten Sukoharjo tentang Kantor Humas Infokom tahun 2005 pasal 3 ayat 1 dan 2 mengenai tupoksi humas dijelaskan, bahwa humas memiliki



tugas untuk menyebarluaskan informasi mengenai kebijakan pemerintah daerah melalui penyiaran radio dan televisi. Lebih lanjut didalam Tupoksi pada ayat 2 dijelaskan, humas menyediakan bahan untuk memberikan pelayanan pemberitaan mengenai pemerintah daerah serta membina hubungan kerja dengan kalangan pers.

“Humas bekerja berdasarkan anggaran belanja APBD dan tupoksi kita mengangarkan untuk bekerja sama. Itu baik media cetak, radio, tv, ada anggaran untuk kegiatan bersama mereka maksudnya wartawan” Adi, N. (2015, 28 Desember). Wawancara pribadi.

Dalam menjalankan penyebaran informasi kantor humas mendapatkan anggaran APBD sebesar 1 milyar. Dana tersebut tidak dikhususkan untuk berhubungan dengan media massa saja, namun sebagai dana umum anggaran bagi humas terkait penyebaran informasi. Dana digunakan untuk perawan ruangan pers (persroom) serta adanya kegiatan bersama wartawan seperti jumpa pers.

“Untuk anggaran media terkait penyebaran informasi secara umum ada 1 milyar. Dana tersebut untuk banyak unsur, bukan hanya untuk kegiatan wartawan saja, kita tadi ada anggaran di Persroom ada anggaran untuk perawatan pers room, anggaran untuk jumpa pers” Adi, N. (2015, 28 Desember). Wawancara pribadi.

Penggunaan dana dalam penyebaran informasi bagi Humas Pemkab Sukoharjo ini berkaitan dengan pembelian iklan atau berita advertorial didalam media massa. Untuk dapat mengiklan dimedia cetak setidaknya humas menyediakan dana 3 juta untuk sekali iklan, sedangkan untuk media elektronik baik itu radio atau televisi sebesar 2.4 juta untuk sekali tayang. Terkait dengan penyebaran informasi terdapat program acara special event yang disiarkan melalui televisi lokal, acara ini menyiarkan informasi mengenai kebijakan atau program pemerintah yang akan dijalankan. Untuk acara special event ini humas membutuhkan dana 7.5 juta untuk durasi siaran 30 menit.

Penghasilan terbesar bagi media massa bukan berasal dari hasil penjualan surat kabar yang mereka buat, melainkan berasal dari pemasangan iklan dan berita advertorial (Darmastuti, 2012). Hal ini menjadi semacam simbiosis bagi humas dan media massa, humas mendapatkan penyebaran informasi melalui iklan dan berita advertorial, sedangkan media massa juga mendapatkan keuntungan dari penjualan kolom iklan untuk mengelola media mereka.

Shoemaker dan Reese (Dalam Triyono, 2012) menjelaskan bahwa, terdapat beberapa faktor dalam pembuatan berita yang dilakuakn oleh media massa, secara garis besar terdapat faktor – faktor seperti: faktor individu wartawan, faktor redaksional media massa, faktor ideologi yang dimiliki media massa dan adanya faktor ekstra media. Faktor ekstra media berkaitan dengan sumber pemberitaan media massa, sumber pendapatan dari media massa tersebut, dan adanya institusi pemerintahan atau dari kalangan bisnis.

Sumber pendapatan merupakan salah satu faktor pendukung dipilih tidaknya publikasi yang humas berikan kepada media massa. Hal ini dikarenakan keputusan seorang redaktur dalam menentukan berita mampu terbit atau tidak didasarkan kepada sirkulasi pembelian iklan. Disaat humas mampu membeli iklan dan berita advertorial di media massa terkait, redaktur akan lebih mengedepankan publikasi yang humas berikan dibandingkan dengan publikasi lain yang bukan dari instansi pemerintahan dan pembeli iklan.

Lebih lanjut humas mengambil pendekatan psikologi dengan wartawan, dimana saat wartawan aktif melakukan peliputan mengenai kegiatan di Pemkab humas pun akan memasang iklan di media massa mereka.

“Kita beri arahan bagi wartawan yang ada disini, mereka aktif kita pasang iklan di media mereka” Ngadenan. (2015, 28 Desember). Wawancara pribadi.

#### **d. Pendekatan Terhadap Wartawan melalui Pendekatan Personal**

Dalam menjaga kedekatan dengan wartawan humas menggunakan pendekatan personal dan pemberian fasilitas jurnalistik bagi wartawan. Dalam melakukan pendekatan personal Humas Pemkab Sukoharjo membangun hubungan emosional dengan wartawan seperti keluarga. Wartawan memiliki keterbatasan mendapatkan informasi humas bantu mencarikannya, di saat ada wartawan atau keluarganya yang sedang mengalami musibah atau bencana humas ikut menjenguknya, ada wartawan sedang memiliki kerja humas ikut datang ke acaranya.

“Membangun hubungan personal lebih seperti keluarga” Nurdiyanto, J. (2015, 15 Desember). Wawancara pribadi

Mendukung yang diutarakan Joko Nurdiyanto menurut Anggoro Adi,

“Untuk menjaga komunikasi, kita menjaga komunikasi emosional, ya dipermudah lah mencari informasi. Mengadakan pendekatan secara individu kepada masing – masing wartawan, misalnya wartawan punya kerja atau sakit kita datang” Adi, N. (2015, 28 Desember). Wawancara pribadi.

Melakukan interaksi hubungan personal antara humas dengan wartawan didalam hubungan kerja sangat perlu dijalankan, mengingat mereka memiliki tujuan yang sama terkait memberikan informasi yang masyarakat butuhkan. Dengan melakukan interaksi personal diharapkan humas akan mampu bekerjasama dengan wartawan dalam menciptakan pemberitaan yang sesuai public butuhkan (Langett & College, 2013). Selain konsisten dalam mempertahankan praktek etika dan bersifat jujur humas diharapkan juga mampu membangun hubungan personal dengan wartawan. Menurut Mccollough (2015) selain memudahkan humas dalam menyusun berita yang masyarakat butuhkan lewat hubungan personal akan menciptakan jalinan humanism dengan wartawan yang pada akhirnya mampu mengurangi perbedaan atau antagonism dari wartawan.

Perkembangan teknologi mampu membantu humas dalam meningkatkan hubungan kerja antara humas dengan wartawan. Perkembangan teknologi internet dan smartphone seperti sekarang ini yang menyediakan berbagai fasilitas chat yang memudahkan antara humas dan wartawan mudah terhubung (Mccollough, 2015). Lewat smartphone humas lebih dimudahkan dalam menghubungi wartawan, saat mereka memiliki informasi bisa langsung mengirimkan sms kesemua wartawan hal ini lebih efisien dibandingkan dengan melakukan telephone kesetiap wartawan. Jika humas ingin memberikan pers release kepada wartawan humas pun tinggal mengupload ke blog humas, melalui blog tersebut semua wartawan yang telah terdaftar dipemkab akan menerima release lewat email.

“Kalo kita kan ada data basenya, kita ada info kita sms langsung semua terkirim, kita ngirim release ke blog otomotif semua wartawan yang ada data base disini kan langsung terkirim via email., kita pun enak menghubungi wartawan di line (jaringan telephone) 210 itu sampe ke pers room” Adi, N. (2015, 28 Desember). Wawancara pribadi.

Selain melalui pendekatan personal humas juga menyediakan berbagai fasilitas sebagai sarana penunjang memudahkan wartawan dalam melakukan kegiatan jurnalistik. Humas menyediakan pers room yang merupakan media centernya wartawan untuk berkumpul. Menurut Humas Pemkab Sukoharjo dengan dibuatkan kantor tersendiri tidak menjadi satu dengan humas agar penulisan berita wartawan lebih bersifat netral, selain itu juga untuk lebih menjaga privasi dari kedua belah pihak dimana ada beberapa arsip milik pemkab yang tidak boleh dipublikasikan.

Menurut Mccollough (2015), dalam upaya memberikan fasilitas pendukung bagi kerja wartawan humas pemerintahan harus menyediakan ruang khusus bagi wartawan (press room) dengan beberapa fasilitas tambahan untuk menunjang kemudahan wartawan dalam membuat berita seperti komputer dan internet jaringan internet. Menurut Humas Pemkab Sukoharjo semua kebutuhan wartawan terkait pemberitaan sudah disediakan didalam ruang pers room, didalam pers room sudah disediakan computer, jaringan internet, jaringan telephone dan beberapa hal lain yang dibutuhkan wartawan terkait pemberitaan.

Bagi wartawan yang berada di Pemkab Sukoharjo apa yang sudah disediakan humas, seperti fasilitas ruangan ataupun fasilitas lain pendukung jurnalistik sudah cukup membantu. Terdapat tempat berkumpul bagi wartawan, ketika sudah mendapatkan bahan berita bisa langsung dibuat berita, jika ada bahan berita yang masih kurang mereka juga bisa mudah meminta humas lewat telephone, adanya jaringan internet juga sangat membantu ketika ingin mengirim berita kepada redaktur.

“Kalau kebutuhan wartawan ya mengumpulkan informasi jadi kan membuat berita, berita dengan komputer jaringan internet untuk mengirim berita baik itu via e-mail atau apa itu sudah pers roomnya sudah, ada computer, jaringan internet itu sudah ada” Sumarno. (2015, 21 Desember). Wawancara pribadi.

Lebih lanjut dalam menjaga komunikasi dengan wartawan, humas melakukan pemetaan wartawan, dengan cara mendata dan melakukan update data wartawan. Melakukan update wartawan ini bertujuan untuk mencegah adanya wartawan yang tidak bertanggung jawab atau wartawan bodrek, melalui update wartawan pula humas dapat mengecek keaktifan wartawan yang melakukan liputan dipemkab, dan yang paling penting dengan adanya update wartawan ini akan memudahkan humas dalam menghubungi wartawan disaat dibutuhkan.

“Kalau secara manfaatnya update dan pendataan wartawan, pertama lebih dekat dengan wartawan, kedua juga untuk mencegah adanya wartawan yang istilahnya wartawan bodrek, ya istilahnya agar tertib” Adi, N. (2015, 15 Desember). Wawancara pribadi.

**e. Pendekatan Terhadap Wartawan melalui Pendekatan Kegiatan Jurnalistik**

Terdapat beberapa kegiatan media relations yang dapat humas lakukan berkaitan dengan media massa tanpa melanggar kode etik jurnalistik, beberapa kegiatan ini seperti mengundang wartawan untuk menghasiri konferensi pers, memberikan informasi – informasi melalui pers release, mengadakan pers tour dengan wartawan, dan mengadakan special event yang dapat diikuti oleh wartawan (Syahri et al., 2015).

Pers konfrence selalu diagendakan oleh humas pemkab sukoharjo setiap bulannya, melalui kegiatan ini humas berperan sebagai problem solve jika terjadi isu atau masalah yang hangat diperbincangkan di media massa mengenai pemkab. Humas sangat tanggap dalam menghadapi isu atau masalah mengenai pemkab di media massa, humas akan mengundang media massa dan mengkonfirmasi mengenai isu atau masalah terkait. Bagi humas pers konfrece sangat penting dijalankan untuk selalu menjaga arus informasi yang berada di kabupaten sukoharjo. Pers konfrence mampu menjadi alat yang berharga dalam menjaga arus pemberitaan humas, memberikan informasi terbaru kepada public pada saat terjadi sebuah krisis yang terjadi didalam organisasi (Fisher, 2002).

Sebagai upaya memberikan informasi mengenai kegiatan ataupun agenda terkait Pemkab Sukoharjo, humas menyediakan pers release bagi wartawan yang tidak sempat datang keacara yang diadakan oleh instansi atau yang berada dipemkab. Release yang dibuat humas merupakan informasi yang berisi garis besar dari acara yang sudah berlangsung, isi release berupa tulisan dan gambar meskipun tidak mendetail sehingga wartawan masih perlu mencari data tambahan seperti melakukan wawancara dengan pejabat terkait. Menurut Darmastuti (2012) pers release merupakan sebuah berita yang disusun oleh sebuah organisasi yang menggambarkan kegiatan organisasinya.

“Satu, dengan diadakannya pers tour. Mengadakan jumpa pers, jumpa pers memfasilitasi, menjebatani antara pemerintah dengan wartawan” Ngadenan. (2015, 15 Desember). Wawancara pribadi.

Perss tour diselenggarakan PR memberikan kesempatan lebih jauh bagi pers untuk mengenal dan mengetahui lebih banyak situasi dan mekanisme kerja suatu perusahaan atau instansi, sehingga pers mampu berempati pada permasalahan yang dihadapi perusahaan (Soemerat & Ardianto, 2004). Melalui kegiatan pers tour Humas Pemkab Sukoharjo mampu memaksimalkan fungsi publikasi dari media massa, dalam kegiatan ini humas mengundang wartawan untuk mengunjungi usaha atau sentra kerajinan yang berada di Kabupaten Sukoharjo. Selain itu wartawan juga sering diikut sertakan dalam acara studi banding atau kunjungan dewan ke suatu tempat. Melalui kegiatan ini diharapkan wartawan mampu memberikan informasi mengenai potensi daerah Sukoharjo dan memberikan gambaran kegiatan yang dilakukan pejabat daerah ketika kunjungan dewan, selain itu dari sisi masyarakat mereka akan merasa senang, secara psikologi mereka akan merasa diperhatikan oleh pemerintah dengan dikunjunginya tempat usaha mereka.

Kegiatan lain terkait jurnalistik yang dilakukan Humas Pemkab Sukoharjo adalah lomba jurnalistik, lomba ini diadakan dua kali tiap tahunnya. Lomba yang diikuti oleh semua wartawan dari berbagai media massa baik itu cetak atau elektronik ini dikategorikan menjadi dua, lomba menulis feature dan lomba foto jurnalistik. Dalam lomba ini wartawan diharuskan membuat karyanya berdasarkan apa yang ada di wilayah kabupaten sukoharjo, hasil karya yang sudah dibuat harus sudah dimuat di media masing – masing wartawan dengan kurun waktu tertentu. Melalui kegiatan ini diharapkan publikasi mengenai daerah Kabupaten Sukoharjo mampu tersampaikan secara maksimal, selain itu dengan adanya kegiatan lomba ini diharapkan wartawan lebih menghargai karyanya.

“Kita akan ada event besar gitu kan kita adakan pers konfrence, Di tahun ini kan ada 2 lomba, lomba pemberitaan dan lomba foto berita, biar mereka berkompetisi antara temannya tapi setidaknya bisa membanggakan, karyanya dihargai”. Adi, N. (2015, 28 Desember). Wawancara pribadi.

#### **f. Pencapaian Humas Setelah Menjalankan Media Relations**

Hasil yang sudah diraih oleh humas setelah melakukan media relations telah membuahkan hasil. Hasil yang sudah diraih humas seperti, kemudahan bagi humas dalam menyampaikan publikasi mengenai kebijakan – kebijakan Pemkab di media massa. Menurut Humas Pemkab Sukoharjo dari 10 release yang di kirimkan ke media massa sebanyak 8 berita bisa masuk surat kabar. Dengan kata lain hampir 80 persen pemberitaan di media massa cetak yang berada di Kabupaten Sukoharjo merupakan hasil dari release yang dibuat humas. Meskipun dalam penulisan berita tersebut berbeda – beda tiap media massa namun inti dari berita sama.

“Kita ada pers release, otomatis setiap hari release itu muncul di setiap media massa, semua berita cenderung dari pers release, meskipun dengan bahasa yang berbeda, Persentase mungkin dari 10 berita 8 berita lah”. Adi, N. (2015, 15 Desember). Wawancara pribadi.

Tanda sebuah media relations membuahkan hasil adalah dengan hampir publikasi atau informasi yang berasal dari humas digunakan media massa sebagai bahan berita mereka. Setidaknya

hampir 50 persen isi dari sebuah surat kabar harian berisi hasil release dari humas (Supa & Zoch, 2009).

Hasil lain yang humas dapatkan adalah semakin dekatnya hubungan personal antara humas dengan wartawan terkait kerjasama penyampaian informasi kepada masyarakat. Menurut Humas Pemkab Sukoharjo wartawan banyak memberikan masukan bagi humas, seperti adanya website resmi humas yang saat diakses sering eror ataupun adanya masukan mengenai keadaan di daerah Sukoharjo yang jauh dari jangkauan humas. Wartawan sering memberikan masukan lewat berita – berita mereka, seperti adanya infrastruktur atau jalan yang rusak di beberapa daerah yang sulit diakses humas atau ada bencana alam di daerah pelosok.

“Kadang – kadang mereka itu mengetahui informasi lebih awal dari kita, , ada ini, ini, ini.. oww ternyata iya jadi kita dengan adanya media itu mengeluarkan output bagi kita, jadi oww disana itu ada jalan rusak yang tidak terjangkau oleh kita, ada bencana bencana, ternyata mereka liput itu kan jadi sebuah masukan. Seperti web yang kurang update, lah ternyata dari teman – teman sendiri yang laporin itu” Ngadenan. (2015, 15 Desember). Wawancara pribadi..

Dengan berhasilnya humas menjalin hubungan yang baik dengan wartawan, banyak media massa cetak maupun elektronik mulai tertarik dan mengajak humas untuk berkerjasama dengan mereka. Beberapa media massa cetak dan televisi lokal datang ke kantor humas untuk bersilaturahmi atau memberikan penawaran – penawaran mengenai iklan atau memberikan ide dan gagasan – gagasan mereka terkait humas kedepannya. Menurut Humas Pemkab Sukoharjo apa yang disampaikan media massa tersebut akan humas tampung, menjadi sebuah masukan selama itu memberikan dampak positif bagi Pemkab Sukoharjo dan perkembangan Kabupaten Sukoharjo. Seperti adanya kerjasama dengan Koran Suara Merdeka yang mengajak humas untuk membangun papan baca di 12 titik kecamatan, dari Koran Suara Merdeka menyiapkan korannya secara cuma – cuma setiap hari, selama hal tersebut positif dan membangun akan humas dukung.

“Koran sindo bersilaturahmi kesini menjalin kerja sama untuk kedepannya, kemudian TATV mereka itu juga rutin melakukan silaturahmi kesini, kemudian itu Adi TV itu juga silaturahmi dan juga memperkenalkan, dia mengungkapkan ide – ide, gagasan – gagasan untuk kita yang memang bisa kita support ya kita tampung, ada penawaran – penawaran tertentu, ada iklan atau apa” Ngadenan. (2015, 15 Desember). Wawancara pribadi.

#### **4. PENUTUP**

Dalam menjalin komunikasi yang baik dengan wartawan humas menggunakan kendala yang dimiliki wartawan. Wartawan merasa kesulitan dalam mendapatkan informasi yang berada didalam Pemkab, keterbatasan jumlah wartawan untuk mengcover semua instansi didalam Pemkab dan sulitnya bertemu dengan pejabat pemerintahan guna melakukan wawancara langsung menjadi kendala tersendiri bagi wartawan dalam membuat pemberitaan.

Mengetahui kendala yang ada humas melakukan pendekatan dengan wartawan melalui pemberian kemudahan akses informasi. Sebagai sumber informasi dari pemkab humas memberikan jadwal kegiatan atau memberikan informasi terkait kegiatan pemkab melalui sms ataupun dituliskan di blog humas. Humas pun menjadi Pra Report bagi wartawan, disaat wartawan tidak dapat datang melakukan liputan kegiatan di pemkab humas menulis release mengenai kegiatan tersebut kemudian hasilnya akan dikirimkan kepada semua wartawan via email.

Selain memberikan kemudahan dalam hal akses informasi humas melakukan pendekatan personal atau individu untuk memperkuat hubungan antara wartawan. Humas melihat wartawan tidak sebagai musuh humas lebih menganggap mereka seperti keluarga, teman dan partner kerja dalam menyampaikan informasi yang sesuai untuk masyarakat. Dalam melakukan pendekatan personal humas menggunakan komunikasi emosional dengan wartawan, ketika ada wartawan atau keluarganya yang mengalami musibah atau bencana humas jenguk humas bantu, ketika ada wartawan yang memiliki kerja humas datang ke acara mereka. Melalui pendekatan – pendekatan ini diharapkan wartawan akan merasa diperhatikan oleh humas, merasa mereka juga bagian dari humas.

Selain melakukan pendekatan personal lewat komunikasi emosional humas juga memberikan fasilitas – fasilitas terkait keperluan wartawan dalam kegiatan jurnalistik. Humas menyediakan ruang pers room bagi wartawan untuk berkumpul sebuah ruangan yang dipisahkan dengan kantor humas, didalam pers room tersebut sudah disediakan komputer untuk menulis berita dan terdapat juga akses internet untuk wartawan mengirimkan hasil berita kepada redaktur.

Selain melakukan beberapa pendekatan diatas humas juga melakukan pendekatan dengan wartawan melalui kegiatan – kegiatan yang berkaitan dengan jurnalistik. Humas setiap sekali sebulan mengundang wartawan dalam kegiatan konferensi pers, melalui kegiatan ini humas memberikan konfirmasi mengenai adanya pemberitaan atau isu yang tidak sesuai., memberikan informasi mengenai kegiatan yang diadakan pemkab ketika wartawan tidak datang melalui Pers Release, diadakannya kegiatan pers tour dimana wartawan diajak mengunjungi usaha potensi yang berada di Kabupaten Sukoharjo atau diikutsertakan dalam kegiatan dewan keluar kota, mengadakan lomba foto journalistic dan menulis feature mengenai semua hal yang terdapat di Kabupaten Sukoharjo dan dapat diikuti oleh semua wartawan yang berada di Pemkab Sukoharjo.

Adanya alokasi dana dari APBD juga menjadi pendukung publikasi humas tersampaikan secara maksimal, mengetahui pendapatan utama media massa berasal dari penjualan iklan humas melakukan pendekatan melalui pembelian iklan di media massa. Dalam satu sisi humas berhasil dalam menyampaikan publikasinya secara maksimal namun dalam sisi lain pemberitaan yang diterima oleh masyarakat akan bersifat satu arah.

Keberhasilan komunikasi yang dilakukan humas dengan wartawan memberikan dampak adanya kedekatan personal antara humas dengan wartawan terkait kerjasama menyampaikan informasi kepada masyarakat. Adanya kedekatan hubungan dengan wartawan ini juga berdampak kepada kemudahan humas dalam menghubungi wartawan. Lebih lanjut wartawan pun sering memberikan masukan – masukan lewat berita – berita mereka, seperti adanya infrastruktur atau jalan yang rusak di beberapa daerah yang sulit diakses humas atau ada bencana alam di daerah pelosok.

Adanya kedekatan humas dengan wartawan juga berdampak kepada mudahnya penyampaian informasi mengenai Pemkab kepada wartawan. Lebih dari 80% publikasi yang humas kirimkan kepada wartawan mampu dimuat di media cetak lokal di Sukoharjo. Adanya kedekatan humas dengan wartawan juga memberikan dampak kepada kedekatan humas dengan media massa. Banyak media massa baik cetak maupun elektronik yang datang bersilaturahmi ke kantor humas mengajak bekerjasama atau memberikan penawaran – penawaran iklan serta memberikan masukan – masukan atau gagasan mengenai humas.

Didalam melakukan penelitian ini peneliti mengalami beberapa kendala, pertama masih minimnya referensi penelitian mengenai media relations terkait hubungan komunikasi yang efektif dari humas pemerintah dengan wartawan. Kendala kedua bagi peneliti adalah sulitnya mendapatkan data dari humas Pemkab Sukoharjo, adanya beberapa informasi yang off the record dari pihak humas terkait alokasi dana. Untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi humas dengan wartawan, peneliti menyarankan menggunakan jurnal penelitian milik Dustin W Supa. Banyak hasil penelitian dari Dustin W Supa berfokus kepada komunikasi dua arah dari humas dan media relations humas

## **PERSANTUNAN**

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan naskah publikasi ilmiah ini tidak akan mampu terselesaikan tanpa adanya bantuan dari orang – orang yang tidak dapat penulis sebutkan satu – satu. Namun, penulis ingin mengucapkan terimakasih dan mempersembahkan hasil penulisan ini kepada mereka yang telah memberikan bantuan dan dukungan yang besar dalam penulisan ilmiah ini, yang diantaranya kepada: Bapak Ibnu Kandar dan Siti Markamah selaku orangtua yang selalu memberikan motivasi dan doanya, Bapak Budi Santoso, S.Sos, dan Ibu Dian Purworini. S.Sos selaku dosen pembimbing yang telah membimbing selama penulisan ilmiah ini sampai selesai, dan kepada rekan – rekan penulis dari Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Ardiyanto, E. (2011a). *Handbook of Public Relations Pengantar Komperhansif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardiyanto, E. (2011b). *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations Konsep, Strategi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Iriantara, Y., & Surachman, Y. (2011). *Pr Writing Pendekatan Teoritis dan Praktis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- M.Cutlip, S., H. Center, A., & M.Broom, G. (2005). *Effective Public Relations Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses*. (R. V. H. Pohan, Ed.). Indonesia: PT Tunas Jaya Lestari.
- Soemerat, S., & Ardianto, E. (2004). *Dasar - Dasar Public Relations (3rd ed.)*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.

### Jurnal:

- Christie Maria B.F.L. (2013). Efektifitas Media Entertainment PR Hotel Borobudur Jakarta Terhadap Tingkat Media Coverage Di Media Cetak. *Publicrelations.fikom.mercubuana.ac.id*. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Fisher, J. R. (2002). *the Disaster Press Conference : Responding To the Media in an Emergency*, 1–8.
- Kaur, K., & Shaari, H. (2006). Perceptions on Relationship between Public Relations Practitioners and Journalists. *Kajian Malaysia*, XXIV(1), 9–32.
- Langett, J., & College, L. (2013). Meeting the media : Toward an interpersonal relationship theory between the public relations practitioner and the journalist, 10(1984), 1–12. Retrieved from [http://www.prismjournal.org/fileadmin/10\\_1/Langett.pdf](http://www.prismjournal.org/fileadmin/10_1/Langett.pdf).
- Mccollough, C. J. (2015). *State Government Media Relations : Revisiting the “ Adversarial ” PIO-Journalist Relationship*, 9.
- Sinaga, S. T. (2005). *Predicting Indonesian Journalists’ Uses Of Public Relations-Generated News Materials*. University of Indonesia.
- Sulistiyani, P. N. (2015). *Peranan Humas Setda Kabupaten Sukoharjo Dalam Membina Hubungan Antara Pemkab Dengan Media (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Peran Humas Kabupaten Sukoharjo Dalam Membina Hubungan Antara SKPD Dengan Media Guna Mendapatkan Citra Positif)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Supa, D. W. (2014). A Qualitative Examination of the Impact of Social Media on Media Relations Practice. *Public Relations Journal*, 8(2).

- Supa, D. W., & Zoch, L. M. (2009). Maximizing Media Relations Through a Better Understanding of the Public Relations-Journalist Relationship: A Quantitative analysis of Changes Over the Past 23 years. *Public Relations Journal*, 3(4), 1–28. Retrieved from [http://scholarlyrepository.miami.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1143&context=oa\\_dissertations](http://scholarlyrepository.miami.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1143&context=oa_dissertations)
- Syahri, M. A., Kriyantono, R., & Nasution, Z. (2015). An Explanative Study on the Different Perceptions of Journalists toward Media Relations of Governmental and Private Public Relations, 3(1), 36–47.
- Triyono, A. (2012). Produksi Teks Dalam Perspektif Ekonomi Politik Media. *KomuniTi*, I(1), 18–29.

**Peraturan Perundang – Undangan:**

- Himpunan Pedoman Peraturan Kelembagaan Kabupaten Sukoharjo, Tentang Kantor Satpol Pamong Praja, Kantor Pengelolaan Data Elektronik, Kantor Arsipda dan Perpustakaan, Kantor Humas Infokom, Kantor Kesbanglinmas, Kantor Pemberdayaan Masyarakat, Kantor Kesejahteraan Sosial Tahun 2005.
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republic Indonesia No 55 Tahun 2011., Tentang Pedoman Umum Hubungan Media Di Lingkungan Instansi Pemerintah.